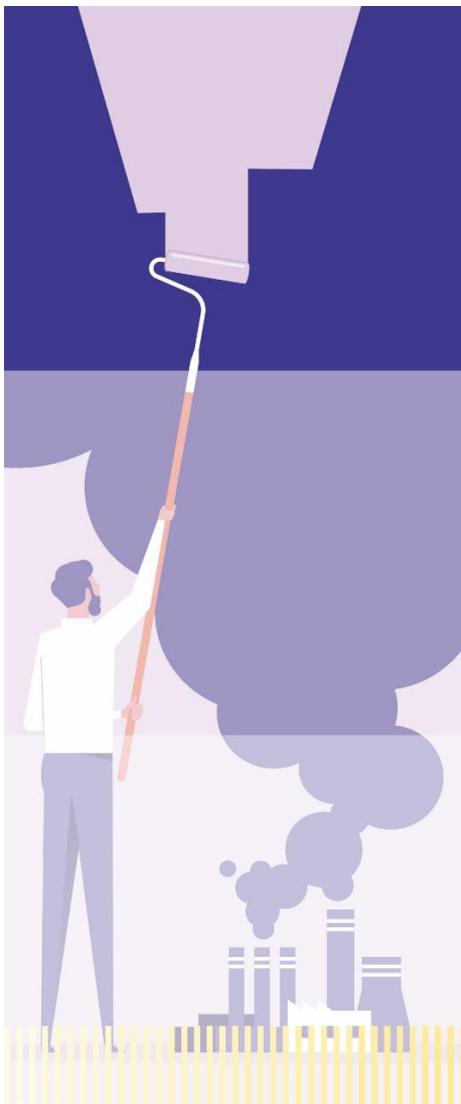


1

Ofertas de productos industriales



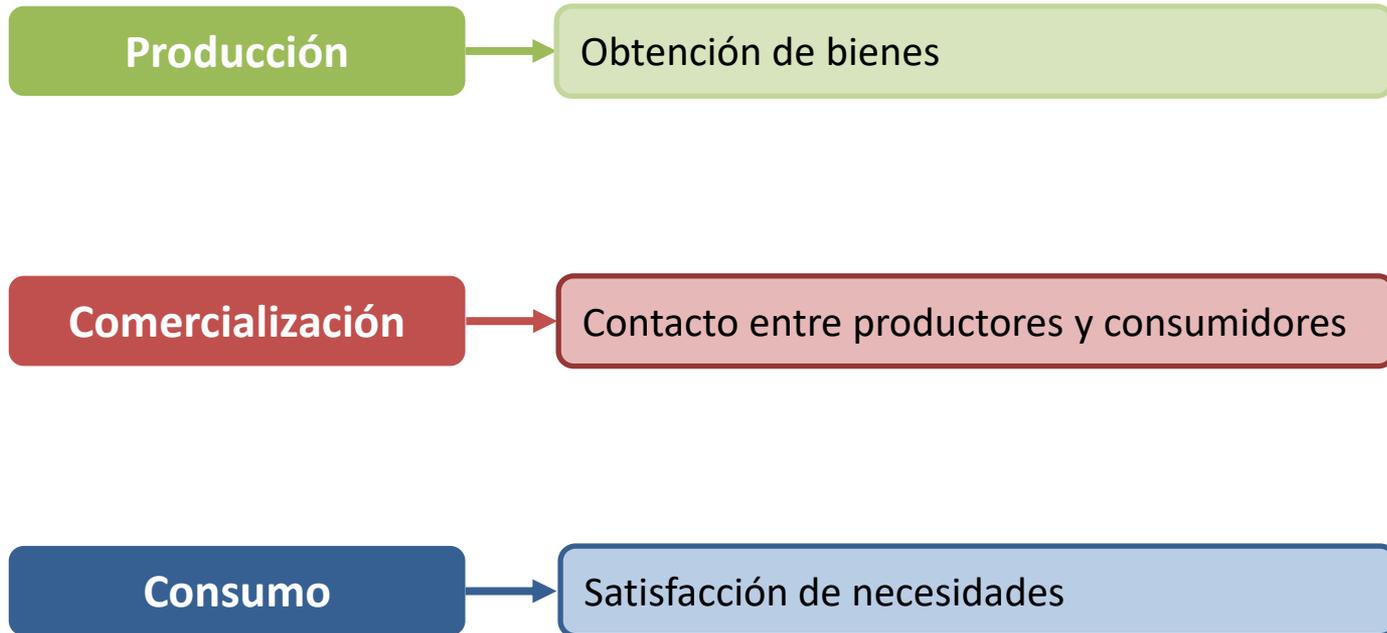
1. [Producción, comercialización y consumo](#)
2. [Sectores económicos](#)
3. [División del mercado](#)
4. [Productos industriales](#)
5. [El cliente industrial](#)
6. [Venta de productos industriales](#)
7. [Gestión de los productos industriales](#)

[Organizo mis ideas](#)

1

Productos industriales

1. Producción, comercialización y consumo

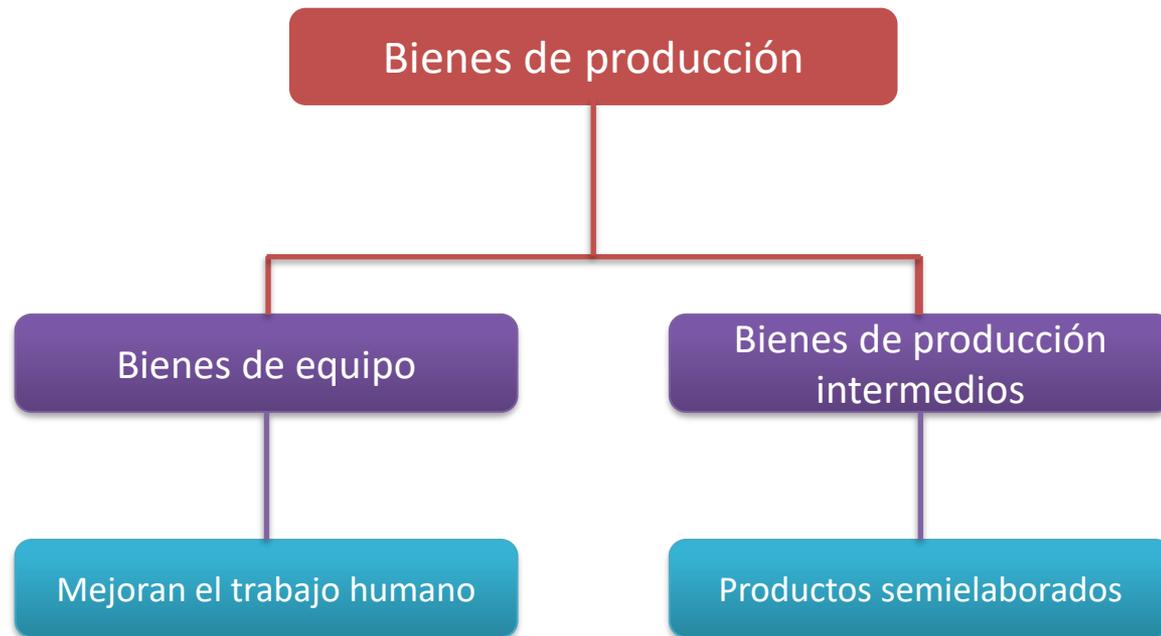


1

Productos industriales

1. Producción, comercialización y consumo

1.1. Producción



1

Productos industriales

1. Producción, comercialización y consumo

1.2. Comercialización



Proceso de comercialización

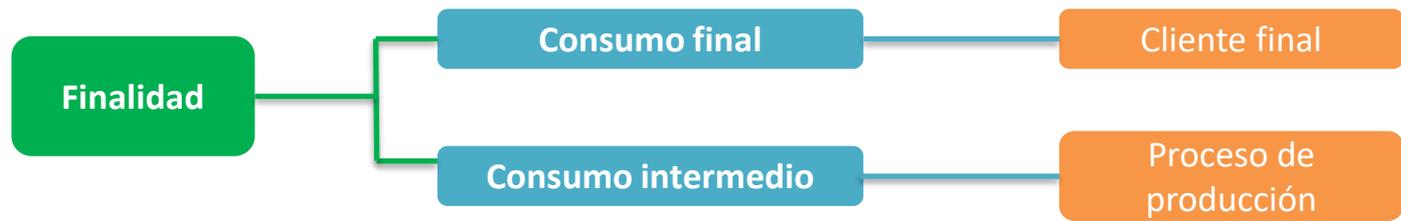
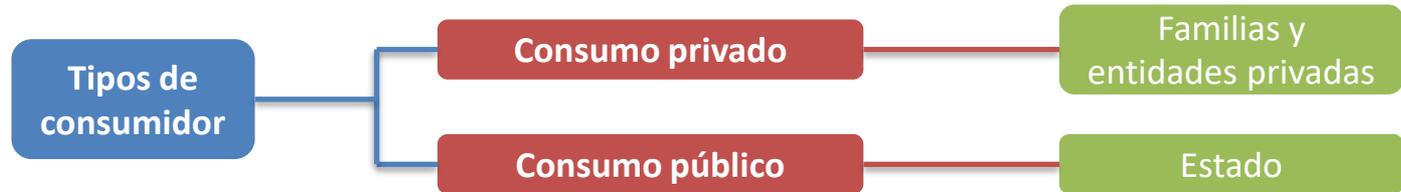
- Analizar las necesidades de los potenciales clientes y caracterizarlos.
- Caracterizar el producto y darle valor.
- Realizar un estudio de mercado.
- Fijar el valor del producto, teniendo en cuenta los costes y los beneficios.
- Tomar decisiones en cuanto a las acciones de promoción.

1

Productos industriales

1. Producción, comercialización y consumo

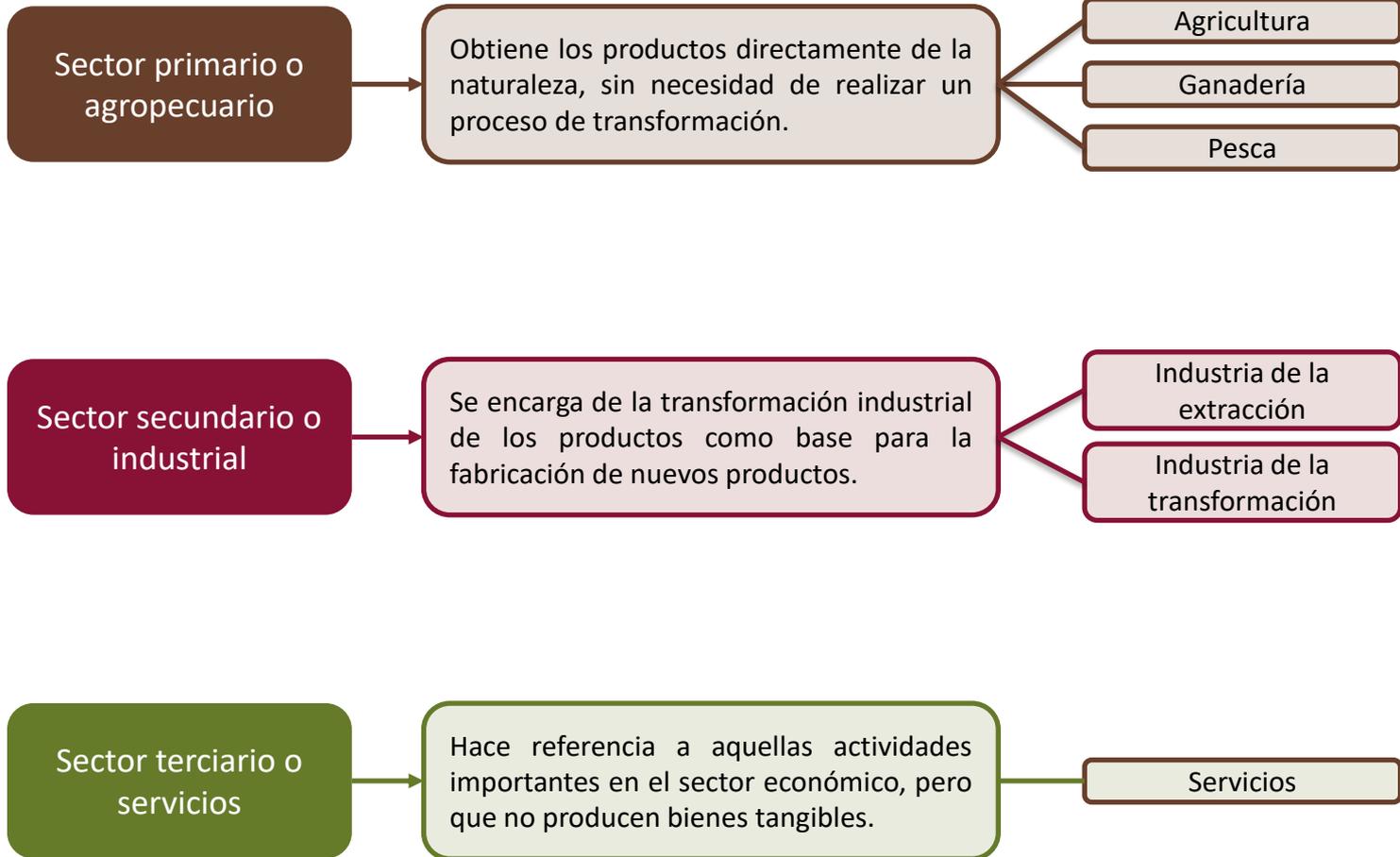
1.3. Consumo



1

Productos industriales

2. Sectores económicos



1

Productos industriales

3. División del mercado



Mercado de bienes de consumo

Mercado en el que se comercializan los productos destinados al cliente final.

Mercado de bienes industriales

Mercado que comercializa productos utilizados para la fabricación de otros productos.

Mercado de servicios

Mercado que comercializa servicios.

De dónde proceden los productos

- Agricultura.
- Ganadería.
- Pesca.

Se distribuyen a:

- Distribuidores.
- Productores industriales.
- Autoconsumo.

Características

- Sector condicionado por el **medio físico**.
- Importancia de la **propiedad de la tierra**.
- Son la base de la alimentación, pero antes de llegar al consumidor final sufren una serie de **transformaciones**.
- Las **certificaciones** se constituyen en herramientas que garantizan la sostenibilidad las buenas prácticas.

1

Productos industriales

3. División del mercado

3.2. Mercado del sector secundario



Características del mercado industrial

Comercialización	Larga y compleja. Complejidad de los productos y las decisiones de compra.
Inversiones	Grandes inversiones en I+D+i.
Fabricación	Procesos que afectan al ciclo de vida de los productos.
Ofertas	Ofertas concretas para pedidos y clientes concretos.
Ventas	Organización con participación en diferentes áreas.
Compras	Se realizan directamente a los productores.
Demanda	Derivada de los bienes de consumo.
Clientes	Concentración geográfica de los clientes.



Materias primas, componentes y materiales

- **Materias primas:**
 - Proceden del sector primario.
 - Se convierten en parte del producto.
- **Componentes:**
 - Productos terminados o casi terminados que forman parte del producto final.
 - Identificables como integrantes del producto final.
- **Materiales:**
 - Forman parte del producto, pero no se pueden identificar con facilidad.

Bienes de producción

- Máquinas y herramientas utilizadas en la producción.
- Equipos auxiliares. Necesarios para las actividades de producción.
- Instalaciones.
- Propiedad intelectual. Representada por las patentes, marcas registradas, licencias...

Suministros

- No forman parte del producto final, pero son imprescindibles para el proceso productivo.

Servicios

- Bienes intangibles que son utilizados en la producción.

1

Productos industriales

5. El cliente industrial



Mayoristas

Constituyen el primer eslabón en la cadena de distribución. Se dirigen a minoristas y distribuidores.

Minoristas

Encargados de poner en circulación en el mercado los productos para que lleguen hasta el consumidor final.

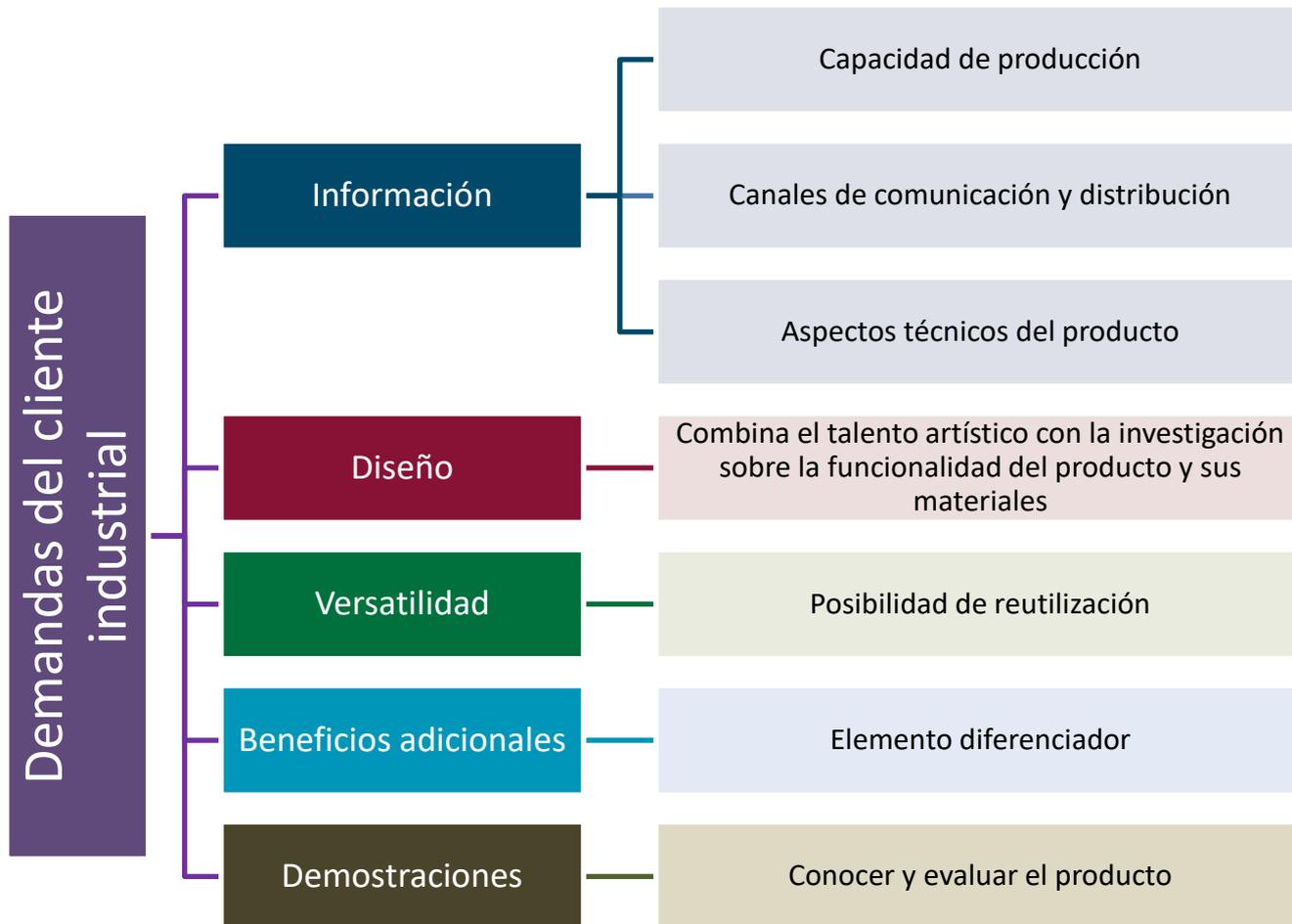
Instituciones

Tanto públicas como privadas, desarrollan funciones como la investigación o la realización de servicios.

1

Productos industriales

5. El cliente industrial



1

Productos industriales

6. Venta de productos industriales



Segmentación del mercado

Captar clientes

Realizar ventas

Para qué se adquiere el producto

Clientes	Intereses
Los que usan los productos	Productividad, precio, plazos de entrega.
Los que incorporan los productos a los que fabrican	Garantías, técnicos, facilidad de montaje, valor del servicio, precios, plazos de entrega.
Intermediarios (mayoristas e instaladores)	Permanencia del producto en el mercado, disponibilidad de stock, distribución.

Aspectos que influyen positivamente en el proceso de venta

Presentación

Información

Incitar a la acción

Casos de éxito

Conocimiento del producto

1

Productos industriales

6. Venta de productos industriales



Venta al por mayor

Son las que se realizan para poner en contacto a los productores y fabricantes con intermediarios y minoristas.

Venta a granel

Consiste en prescindir de los envases para poder adquirir la cantidad deseada de producto.

Envase

Contiene el producto

Permite su transporte y conservación

Retornables

No retornables

Reciclables

Embalaje

Envoltorio

Facilita su transporte y distribución

1

Productos industriales

6. Venta de productos industriales



Certificar es emitir un documento que prueba el cumplimiento de la normativa técnica y aplicación a un producto, servicio o proceso.

De calidad

Acredita que los productos y servicios cumplen las especificaciones y estándares.

Medioambiental

Certifica que determinados productos, servicios, procesos o sistemas de gestión se han realizado de forma respetuosa con el medioambiente.

De control de riesgos laborales

Certifica que se cumplen las normas de seguridad de riesgos laborales.

1

Productos industriales

7. Gestión de los productos industriales



El funcionamiento de las organizaciones industriales y los procesos de venta pueden contar con elementos facilitadores que contribuyen a su gestión.

Aseguradoras

Cobertura en caso de siniestro.

Entidades
financieras

Posibilitadoras de la actividad comercial.

Homologaciones

Viabilidad técnica e industrial.

1

Ofertas de productos industriales

Organizo mis ideas

